

AGNIESZKA IWANICKA
NATALIA WALTER

Zakład Technologii Kształcenia

RADIO W SIECI – KONTRA CZY WZMOCNIENIE TRADYCYJNEGO RADIA?

ABSTRACT. Iwanicka Agnieszka, Walter Natalia, *Radio w sieci – kontra czy wzmocnienie tradycyjnego radia?* [Internet radio – counter or reinforcement for traditional radio?]. „Neodidagmata” 27/28, Poznań 2005, Adam Mickiewicz University Press, pp. 107-117. ISBN 83-232-1602-9. ISSN 0077-653X.

Radio is a mass-medium whose main virtue is the immediate passing on of the communicates. The Internet radio, like the traditional one, is used for transmitting audio signals from a sender to a receiver. The difference is that the signal is sent over Internet instead of ether. The Internet radio fixes the drawbacks related to the traditional radio: 1) can be listened to from an Internet-enabled computer located anywhere, 2) Internet allows listening to any station over the world. The paper describes research on the use of internet radio by students and analysis of the content offered by Polish-speaking Internet radio stations.

The abundance of the Internet radio offer allows the young people to learn making choice. Due to its specific properties (like forcing to reflection and audience activity, the dynamism of hearing attention, disapproval for passivity, involuntariness of the perception and the favour to the imagination development), the hearing perception is conducive to the teaching-learning process and may increase the process efficiency.

Agnieszka Iwanicka, Natalia Walter, Zakład Technologii Kształcenia, Wydział Studiów Edukacyjnych, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, ul. Słowackiego 20, 60-823 Poznań, Polska – Poland.

WPROWADZENIE

Upowszechnianie Internetu i jego nieustannie rosnąca rola w życiu codziennym spowodowały, że dwa najpotężniejsze media zapewniające ludziom rozrywkę – telewizja i radio – zyskały potężnego konkurenta. Jednocześnie jest to jednak i mocny sprzymierzeniec – treści zamieszczane w Internecie w znacznym stopniu mogą bowiem wzmacniać tradycyjny przekaz. Doskonałym tego przykładem są internetowe radiostacje.

Tradycyjne radio to medium wyjątkowo atrakcyjne dla odbiorców, szczególnie młodych. Ze względu na łatwość dostępu najczęściej towarzyszy młodzieży. Jego głównym walorem jest natychmiastowość przekazy-

wanych komunikatów. Ponadto, jak zauważa J. Gajda (2002), „niezależnie od zaangażowania w odbiór treści – czy będzie on powierzchowny, czy dogłębny i intymny – radio (...) daje poczucie bezpośredniości i spontaniczności”. Również S. Bardijewska (2001) akcentuje fakt, że radio poszerza obszar autentyzmu, wzmacnia wiarygodność i sugestywność przekazywanych treści i kreowanego świata. Cechy te posiada również radio internetowe – słuchane jest zazwyczaj w domowym zaciszu, pozwalając odbiorcy w dowolny sposób angażować się w nadawane treści.

Radio jest swoistym rodzajem sztuki, która charakteryzuje się odrębnymi środkami wyrazu artystycznego. Poprzez operowanie słowem mówionym i muzyką jest w stanie sugestywnie oddziaływać na odbiorcę: rozbudzać wyobraźnię, zainteresowania, wrażliwość estetyczną. Radio internetowe posiada niemal identyczne walory i w podobny sposób oddziałuje na odbiorcę. Do jego mocnych stron możemy zaliczyć: interaktywność, indywidualizm odbioru, dostęp do dużej ilości nowych informacji, małe (w porównaniu np. do telewizji) wymagania technologiczne radiowego przekazu *on-line*, komplementarność radia i Internetu. Podobnie też jak radio tradycyjne jest zazwyczaj medium towarzyszącym: możemy słuchać go w tle, przeglądając w tym czasie inne internetowe strony lub pracując na swoim komputerze.

Warto podkreślić i różnice – minusem radia tradycyjnego jest ulotność słowa i niemożność powrotu do wyemitowanego już komunikatu. Pod tym względem radio internetowe zyskuje przewagę – duże rozgłoszenie radiowe archiwizują zarówno ważniejsze informacje, jak i niektóre wyemitowane audycje. Umożliwiają tym samym internautom ponowne wysłuchanie komunikatów i pełniejszy ich odbiór. Minusem radia internetowego są z kolei wymagania sprzętowe – do słuchania potrzebny jest komputer i łącze internetowe, które nie wszyscy jeszcze posiadają. Tradycyjny komputer jest wciąż jeszcze z racji swoich gabarytów medium stacjonarnym – nie mieści się w kieszeni kurtki jak radioodbiornik, który możemy zabierać wszędzie. Kolejnej niedogodności możemy upatrywać w tym, że radio internetowe od swych odbiorców domaga się sporej aktywności: muszą sami poszukać i dokonać selekcji komunikatów, gdy tymczasem radio tradycyjne rozleniwia – wystarczy je po prostu włączyć i słuchać.

Nadrzędnymi funkcjami radia – zarówno tradycyjnego, jak i tego w sieci – są funkcje informacyjna i rozrywkowa. W przypadku radia internetowego stosowane są dwie strategie informacyjne: zamieszczanie bieżących informacji na własnych serwisach informacyjnych (tak robią prawie wszystkie czołowe radiostacje) lub współpraca z jakimś portalem horyzontalnym (to rozwiązanie stosowane np. przez radio RMF FM). Funkcja rozrywkowa radia realizowana jest głównie za pomocą emitowanej muzyki.

Dotychczasowy poziom dostępności szerokopasmowego Internetu nie umożliwia masowego upowszechniania się radia internetowego, gwarantującego wysoką jakość odbioru. Można jednak założyć, że ten segment będzie systematycznie się rozwijał. Z punktu widzenia branży fonograficznej główną zaletą radia internetowego jest możliwość uruchomienia nieograniczonej liczby stacji, co oznacza tworzenie się bardzo wąskich formatów radiowych, gwarantujących docieranie do ściśle określonych grup odbiorców. Z biegiem czasu każda wytwórnia muzyczna będzie mogła uruchomić własną stację radia internetowego i nadawać wyłącznie swoją muzykę, co w znaczący sposób poszerzy możliwości promocji i dystrybucji plików muzycznych.

ISTOTA RADIA INTERNETOWEGO

Radio internetowe (*Internet radio*), podobnie jak tradycyjne, służy przekazaniu dźwięku od nadawcy do słuchacza. Różnica polega na tym, iż sygnał zamiast w eterze rozprzestrzenia się w Internecie (por. L. Lessig, 2004). Uważa się (m.in. L. Lessig, 2004), że radio internetowe jest w stosunku do tradycyjnego tym, czym dla radia UKF (FM) były fale krótkie, średnie i długie (AM). Jak spostrzegł A.S. Tannenbaum (2003), kiedy stało się możliwe rozpowszechnianie dźwięku przez Internet, komercyjne stacje radiowe natychmiast rozpoczęły próby nadawania radia w sieci. Wkrótce też wystartowało pierwsze internetowe radio uczelniane – studenci stworzyli własną stację. W chwili obecnej, przy użyciu odpowiedniej technologii w zasadzie każdy może stworzyć własną radiostację. Część stacji nadaje program jednocześnie w Internecie oraz w eterze, ale są też takie, które istnieją tylko w Internecie.

Funkcjonują dwa sposoby nadawania radia internetowego (por. A.S. Tannenbaum, 2003). Pierwszy z nich polega na zapisywaniu i magazynowaniu programów na dysku tak, aby słuchacz mógł ściągnąć dowolny i zapisać w swoim komputerze po to, by następnie go odsłuchać (B. Long, R. Baecker, 1997; A.S. Tannenbaum, 2003). W rzeczywistości jest to niemal to samo, co dźwięk strumieniowy dostępny w Internecie. Zaletą tego sposobu nadawania radia jest prostota wykonania, łatwy dostęp dla słuchaczy i swoboda wyboru audycji z archiwum. Drugi sposób nadawania to bezpośrednia transmisja („na żywo”).

Istotną cechą transmisji bezpośredniej i dźwięku strumieniowego jest możliwość buforowania danych. Dzięki temu odtwarzanie odbywa się z

kilku-, kilkunastosekundowym opóźnieniem, które pozwala zniwelować potencjalne problemy związane z przesyłaniem danych przez sieć. Dzięki rozpraszaczom sygnału, tysiące osób mogą jednocześnie słuchać radia, uzyskując taką samą jakość odbioru (A.S. Tannenbaum, 2003; L. Lessig, 2004).

Według A.S. Tannenbauma (2003), od czasu kiedy radio internetowe stało się popularnym medium, rozpoczęły się „walki na formaty”. Real Audio, Windows Media Audio oraz MP3 agresywnie wkraczały na rynek, by stać się dominującymi formatami radia internetowego. To właśnie one stanowią podstawę radia w sieci. Dość często wykorzystywany do transmisji radiowej jest też stosunkowo nowy użytkownik – Vorbis – otwarty format stratnego zapisu dźwięku podobny do formatów MP3/DivX, wyróżniający się dobrą jakością przekazu, który dodatkowo ma tę zaletę, że jest produktem typu *open source* (tzn. że każdy ma dostęp do jego kodu źródłowego).

Zdaniem wielu autorów (m.in. L. A. Heberlein, 2002; V. Krishnan, S.G. Chang, 2000) problem radia tradycyjnego stanowi ograniczenie geograficzne. Poza nielicznymi hobbystami, którzy próbowali „złapać” sygnał w nocy, odbiorcy zwykle mogą słuchać tylko stacji radiowych nadawanych w najbliższym sąsiedztwie. Radio internetowe przełamuje granice geograficzne i obniża bariery nadawania audialnego (V. Krishnan, S.G. Chang, 2000). Dzięki temu można słuchać ulubionej stacji radiowej (nawet regionalnej) z dowolnego miejsca na świecie. Słuchacze mają dostęp do ogromnej (ciągle rosnącej) liczby stacji radiowych. Ponadto, w przeciwieństwie do tradycyjnego radia, radiostacje internetowe wykorzystują Internet dodatkowo w celu udostępniania informacji o przesyłanej zawartości, dostawcach tej treści, nadawcy i odbiorcach. Stacje zwykle nadają takie informacje, jak: 1) opis stacji (nazwa etc.), 2) tzw. zawartość audialną (nazwa programu, czas radiowy, nazwa utworu i wykonawca), 3) inne dane (format kodowania etc.). Oprogramowanie (typu WinAmp, RealPlayer, MediaPlayer) wykorzystuje te informacje, by wybrać adekwatny dekodery dźwięku oraz dostarczyć słuchaczowi danych dotyczących stacji, programu radiowego, listy utworów.

Obecnie działa ponad 2300 stacji radiowych w Internecie, nadających transmisje bezpośrednie oraz przeszło 1500 stacji nadających muzykę wcześniej zapisaną na dysku. Ta liczba nieustannie rośnie. Wyróżnić można kilka czynników wzrostu liczby internetowych stacji radiowych (za: V. Krishnan, S.G. Chang, 2000):

1. Radio internetowe eliminuje ograniczenia, które wiążą się z tradycyjnym radiem.

2. Radio internetowe może być odbierane z dowolnego komputera (w dowolnym miejscu na świecie) z dostępem do Internetu.

3. Internet pozwala na odbieranie stacji radiowych z całego świata, co do tej pory było niemożliwe.

4. Coraz łatwiej można „postawić” serwer stacji radiowej. Niedrogi sprzęt oraz dostęp do Internetu wraz z darmowym (lub tanim) oprogramowaniem do strumieniowej transmisji dźwięku pozwalają, nawet przeciętnym użytkownikom, na stworzenie stacji radiowej.

Potencjał radia internetowego jest niewyobrażalny. Każdego dnia zaczynają nadawać nowe stacje, a radio jako takie zmienia się w coś nowego, mocniejszego i bardziej użytecznego (L.A. Heberlein, 2002).

RADIO INTERNETOWE – PRZEGLĄD OFERTY

Na polskich stronach internetowych możemy spotkać witryny niemal wszystkich obecnych na rynku stacji radiowych. I prawie wszystkie nadają swój program w sieci. Są to między innymi Polskie Radio (Program I i III), Radio Zet, RMF FM, Radio Plus, Radio Maryja, Radio Eska itd. Zdecydowana większość stacji to jednak te, które nie mają swego odpowiednika w eterze. Dlatego też w potocznym rozumieniu uważa się, że w Internecie nadają głównie radiostacje „amatorskie”.

Pierwsza polska internetowa stacja radiowa powstała siedem lat temu, dziś działa ich ponad sto. Zgodnie z deklaracjami nadawców, każdego dnia przyciągają kilkadziesiąt tysięcy słuchaczy. Pierwsze w kraju radio internetowe – Radio Net ruszyło w 1998 r. Na początku nie miało konkurencji, wieści o nim rozchodziły się szybko w sposób nieformalny, a nadawcy nie bardzo wiedzieli, jak takie radio powinno wyglądać: ramówka była bardzo chaotyczna, wciąż zmieniała swoją formę.

W radiu internetowym na plan pierwszy wysuwa się muzyka: króluje pop, techno, dance – a zatem style, których słuchają głównie nastolatki, najczęściej późnym popołudniem i wieczorem (z badań przeprowadzonych przez firmę Gemius i portal Onet.pl w marcu 2004 roku). Jedne z popularniejszych w Polsce Megastacja, Radiostacja i Radiosfera przyciągają co dzień nawet 10 tysięcy osób. Kilka tysięcy osób dziennie słucha też Cyberstacji – od innych różni się tym, że dominują w niej pozdrowienia, które przesyłają sobie słuchacze. Ich liczba stała się wręcz kłopotliwa dla prowadzących, ale zgodnie z punktem 11 zamieszczonego na stronie stacji regulaminu: „Wiel-

ką siłą napędową radia, decydującą o jego popularności, są pozdrowienia (...). Dopuszczalne są bloki muzyczne bez pozdrowień, pod warunkiem że zostaną zaakceptowane przez odbiorców". Ciekawa jest też Best Stacja, która od innych różni się prezentowaną muzyką: znajdziemy tam również utwory z lat 60., 90., ale nie nowości muzyczne. Odbiorcy tego typu stacji mają 25–35 lat i są to głównie osoby pracujące przy komputerach (P. Wilk, 2004).

Mniejsze stacje, choć muzycznie różnorodne, skierowane są do osób młodszych. Możemy w nich posłuchać mniej popularnych odmian muzyki (np. elektronicznej: w E-stacji; hip-hopu; reggae). Bardzo ciekawą propozycją programową jest transmitowanie na żywo imprez z polskich klubów. Wśród tego typu e-stacji znaleźć możemy także coś dla bardziej dojrzałych słuchaczy: np. w radiu Smooth Jazz posłuchamy jazzu, w Radiu Art – muzyki klasycznej, kabaretowych skeczy i fragmentów słuchowisk. Radiem, w którym dominują programy słowne, jest Team Radio. W jego ramówce znajdziemy audycje autorskie poświęcone m.in. zagadnieniom społecznym, filozofii. Podczas nadawanych audycji słuchacze zapraszani są do dyskusji, stając się aktywnymi uczestnikami programu.

Radio internetowe to nie tylko muzyka i słowo, np. Radio Quatro prowadzi kilka kanałów, w tym jeden poświęcony wielbicielom gier komputerowych, którym oferuje bezpośrednie transmisje toczących się w sieci rozgrywek.

Prowadzenie radia w sieci kosztuje – płaci się za usługi internetowe i wykorzystanie czyichś utworów. Wiele stacji działa dzięki pomocy sponsorów lub zaprzyjaźnionych firm. Zgodnie z ustawą o prawie autorskim ten, kto rozpowszechnia drogą emisji program radiowy przez Internet, jest nadawcą – a zatem stacje powinny płacić tantiemy. Mimo to, większość z internetowych stacji – tłumacząc się brakiem przychodów z działalności i niejasno sprecyzowanymi przepisami – nie stosuje się do przepisów i nie uiszcza opłat. Do nielicznych, działających w pełni legalnie należy Team Radio, Radiosfera, Best Stacja i Megastacja, które mają główne serwery w RFN i płacą Gemie – niemieckiemu odpowiednikowi ZAiKСа (P. Wilk, 2004).

Treści, które emitowane są przez internetowe stacje, nikt nie kontroluje – nawet KRRiTV. Jej przedstawiciele tłumaczą, że nie należy to do kompetencji rady, ustawa nic nie wspomina o nadawcach internetowych (P. Wilk, 2004). Wewnętrzne regulaminy tworzą same stacje: zazwyczaj przyjmuje się, że emitowane treści mają być pozbawione wulgaryzmów, na antenie nie wolno też wyszydzać czyichś poglądów i przekonań. Zostaje nam tylko zaufać, że osoby odpowiedzialne za wizerunek danej rozgłośni czują wagę słowa i emitowanych komunikatów...

KTO SŁUCHA I DLACZEGO – CZYLI E-SŁUCHACZE

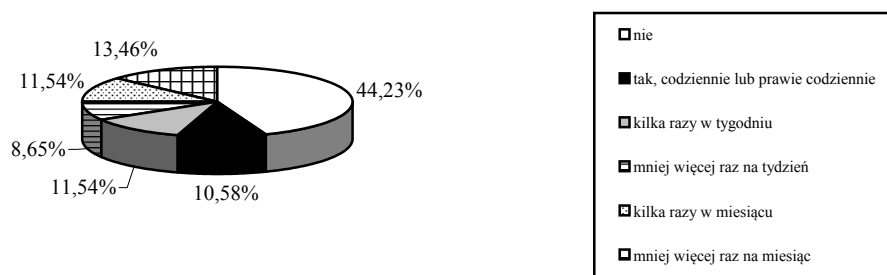
W Polsce wiele stacji radiowych ma prawo do rozpowszechniania swych programów wyłącznie na terenie danego województwa czy też regionu. Dzięki transmisji przez Internet osoby mieszkające poza obszarem objętym zasięgiem regionalnej stacji radiowej mają możliwość odbioru audycji bez względu na to, gdzie się znajdują. Wspomnieliśmy też o innych walorach radia internetowego, które wydają się atrakcyjnymi argumentami dla potencjalnych odbiorców – czy rzeczywiście?

Szacuje się, że słuchaczy radia internetowego jest przeszło 8 milionów i liczba ta ciągle rośnie (L. Lessig, 2004). Jeśli wziąć pod uwagę, że w Polsce nadaje już przeszło 100 stacji radia internetowego, liczba odbiorców powinna być również duża. Postanowiliśmy zbadać, jak kwestia słuchalności radia przedstawia się wśród studentów dwóch poznańskich uczelni wyższych. Badanie, które miało charakter sondażowy (sondaż diagnostyczny), przeprowadzone zostało w listopadzie 2005 roku za pomocą kwestionariusza ankiety w grupie 104 osób (61 kobiet, 42 mężczyzn) w wieku od 18 do 25 lat, z czego 28,85% było studentami informatyki Politechniki Poznańskiej, 48,08% – edukacji medialnej i informatycznej oraz 23,08% – pedagogiki specjalnej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Ankietowani w większości pochodzili z miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców (49,04%), a także ze wsi (11,54%), miast do 20 tysięcy mieszkańców (8,65%), miast powyżej 20 do 50 tysięcy (9,62%), miast od 50 do 100 tysięcy (7,69%), miast powyżej 100 do 200 tysięcy (4,81%) oraz miast powyżej 200 do 500 tysięcy mieszkańców (5,77%).

66,35% ankietowanych zadeklarowało, iż korzysta z Internetu codziennie lub prawie codziennie (przede wszystkim studenci informatyki oraz edukacji medialnej i informatycznej), 17,31% korzysta kilka razy w tygodniu, 7,69% – mniej więcej raz na tydzień, 4,81% – kilka razy w miesiącu i tyle samo osób mniej więcej raz na miesiąc. To stosunkowo duża liczba użytkowników, a mimo to aż 44,23% spośród ankietowanych nie słucha w ogóle radia internetowego. Zatem 55,77% ma z nim rzadszy lub częstszy kontakt – 10,58% słucha radia internetowego codziennie lub prawie codziennie, 11,54% – kilka razy w tygodniu, 8,65% – mniej więcej raz na tydzień, 11,54% – kilka razy w miesiącu i aż 13,46% – mniej więcej raz na miesiąc. Wyniki te przedstawia wykres nr 1.

Ankietowani poświęcają na słuchanie radia internetowego odpowiednio: kilkanaście minut (20,19%), około godziny (26,92%), kilka godzin (9,62%)

CZY SŁUCHASZ RADIA INTERNETOWEGO?



Wykres 1. Słuchanie radia internetowego (źródło: badania własne)

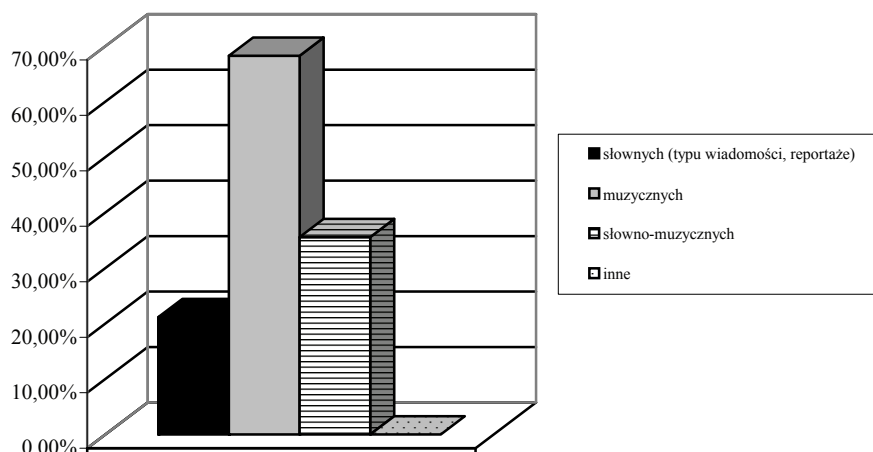
albo czas „trudny do określenia” (2,88%). Radia w sieci słuchają głównie wieczorami (35,58%) lub po południu (17,31%), rzadziej rano (1,92%) i w nocy (5,77%). Na pytanie weryfikujące stan wiedzy na temat liczby stacji radia internetowego tylko 29,81% osób znało prawidłową odpowiedź (ponad 100 stacji). Większość twierdziła, że jest ich około 50 (32,69%), inni myśleli, że około 25 (36,54%), a 0,96% osób nie udzieliło żadnej odpowiedzi. 27,88% badanych słucha radia internetowego w czasie pracy/nauki, 37,5% w czasie wolnym, a 0,96% udzieliło innej odpowiedzi.

Poprosiliśmy o wymienienie najchętniej słuchanych stacji radiowych tradycyjnych (FM) oraz internetowych. Jeśli chodzi o radio tradycyjne, ankietowani wymieniali takie stacje, jak: RMF FM (30,77%), Radio Zet (28,85%), Trójka (25%), Eska (21,15%), AFERA (15,38%), Radiostacja (11,54%), Program 1 (7,69%), Rockradio (7,69%), TOK FM (6,73%), Roxy FM (5,77%).

Najczęściej słuchane radio internetowe: AFERA (4,81%), BBC (4,81%), Club977.com (0,96%), Digital Imported (0,96%), Emaus (1,92%), Funkmaster (0,96%), last.fm (0,96%), Merkury (1,92%), Radiostacja (12,50%), RMF Classic (6,73%), RMF FM (9,62%), Roxy FM (7,69%), SkyFun (0,96%), Smooth Jazz (4,81%), Trójka (8,65%), Radiosfera (9,62%), Federation (0,96%), Hit Radio (0,96%) oraz stacje zagraniczne – z danym formatem (2,88%).

Najczęściej ankietowani słuchają w Internecie programów muzycznych (68,27%), nieco rzadziej słowno-muzycznych (35,58%) i słownych – typu reportaże, wiadomości (21,15%).

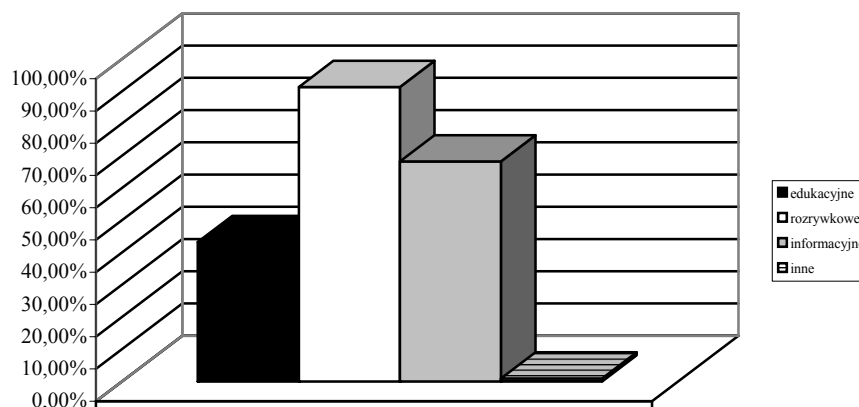
JAKICH PROGRAMÓW SŁUCHASZ NAJCHĘTNIEJ?



Wykres 2. Słuchanie programów radia internetowego (źródło: badania własne)

Zdaniem ankietowanych, radio internetowe może spełniać przede wszystkim funkcje: rozrywkowe (91,35%), informacyjne (68,27%), edukacyjne (43,27%) i inne (0,96%).

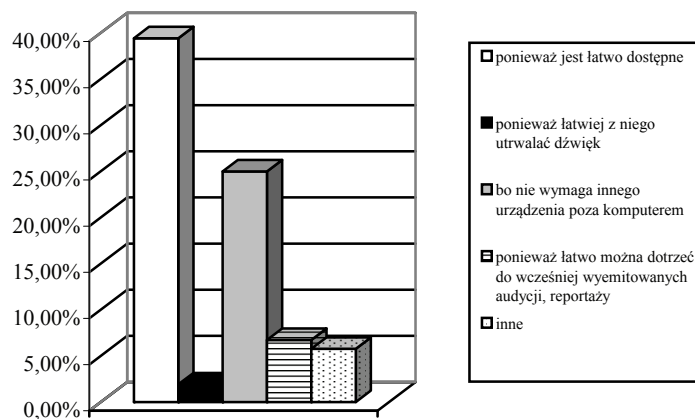
JAKIE FUNKCJE MOŻE SPEŁNIAĆ RADIO INTERNETOWE?



Wykres 3. Funkcje radia internetowego (źródło: badania własne)

Co zatem skłania studentów do słuchania radia internetowego? Jako przyczyny ankietowani wymienili łatwą dostępność (39,42%), łatwość utrwalania dźwięku (1,92%), brak konieczności posiadania osobnego urządzenia poza komputerem (25%), łatwość dotarcia do wcześniej wyemitowanych audycji, reportaży (6,73%) oraz inne (5,77%).

DLACZEGO SŁUCHASZ RADIA INTERNETOWEGO?



Wykres 4. Przyczyny słuchania radia internetowego (źródło: badania własne)

PODSUMOWANIE

Uzyskane wyniki wydają się potwierdzać rosnącą popularność radia internetowego. Dziś już niemal wszyscy zgadzają się, że Internet stanie się powszechny do tego stopnia, że przestanie być zauważalny. Rozwój technologii, infrastruktury sieci i wdrażanie nowych usług to już teraźniejszość. Niewątpliwie najbliższa przyszłość Internetu to rozwój chociażby internetowego radia i telewizji, integracja usług sieciowych z telefonią komórkową i telewizją. Dzięki takim zastosowaniom będziemy mogli w każdym miejscu i o każdej porze wysłuchać interesujących nas audycji czy posłuchać ulubionej piosenki.

Na razie tradycyjne rozgłośnie nie widzą powodu do obaw. Dostrzegają wprawdzie potrzebę obecności w sieci, ale „dziś jednak to wciąż tylko zabawka, która nie ma wielkiego wpływu na poziom słuchalności radia” – zapewnia Krzysztof Nepelski z radia RMF FM, którego dziennie w sieci słucha zaledwie 0,3% jego odbiorców, czyli 38,7 tysięcy osób (P. Wilk, 2004). Za co więc słuchacze lubią internetowe radio? Przede wszystkim za muzykę, której nie ma na falach radiowych. Dzięki bramkom SMS-owym, czatom, poczcie elektronicznej i komunikatorom mogą się błyskawicznie skontaktować z prezenterami, zamówić ulubiony utwór i nawiązać znajomość z innymi słuchaczami. Kluczem do rosnącej popularności radia w sieci może się więc okazać wszystko to, czego w eterze brakuje. Być może Internet stanie się też enklawą niezależnych radiowców i ginących gatunków – reportaży, słuchowiska czy dyskusji ze słuchaczami.

Istotna z punktu widzenia edukacji jest kwestia, czy radio internetowe ma szansę stać się instytucją edukacyjną, pośrednikiem w procesie nauczania-uczenia się. Warto w tym kontekście przyrzeć się jednej z form edukacji, jaką jest edukacja na odległość (teleedukacja, edukacja zdalna – ang. *distance learning*), a konkretnie *e-learning* (e-edukacja), czyli kształcenie na odległość za pomocą komputerów i sieci informatycznej, które umożliwia realizację procesu nauczania-uczenia się niezależnie od miejsca i czasu (w trybie synchronicznym i asynchronicznym), wzrost efektów kształcenia, angażowanie sfery emocjonalno-wolucjonalnej (Tanaś, 2004). J. Łaszczyk (2004) początków edukacji zdalnej doszukuje się w korespondencyjnych kursach oferowanych przez niektóre uniwersytety już w XVII-XVIII wieku. Kolejne etapy rozwoju edukacji na odległość wiązały się z upowszechnieniem radia, następnie telewizji, aż wreszcie prawdziwy przełom w popularności nastąpił w latach dziewięćdziesiątych XX wieku – wraz z powstaniem i upowszechnieniem Internetu. Radio internetowe mogłoby stać się istotnym elementem e-edukacji, jeśli powstałoby radio edukacyjne (nadające treści uzgodnione z instytucjami oświatowymi) lub też gdyby treści edukacyjne znalazły się w ramówkach radia o profilu innym niż edukacyjny. Być może twórcy studiów czy kursów zdalnych podejmą próby wykorzystania radia internetowego do potrzeb edukacyjnych, być może zaczną powstawać internetowe radiostacje wirtualnych uczelni.

LITERATURA

- Bardijewska S., *Nagie słowo. Rzecz o słuchowisku*, ELIPSA, Warszawa 2001.
Gajda J., *Media w edukacji*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2002
Heberlein L.A., *The Rough Guide to Internet Radio*, London 2002.
Krishnan V., Chang S.G., „Customized Internet Radio”, 9th International World Wide Web Conference – The Web: The next generation, Amsterdam 2000.
Lessig L., *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*, Penguin, New York 2004.
Long B., Baecker R., *A Taxonomy of Internet Communication Tools*, „Proceedings of WebNet'97”, AACE, 1997, <http://www.dgp.toronto.edu/people/RMB/papers/p20.pdf> (dostęp 20.11.2005).
Łaszczyk J., *Zadania kształcenia i edukacja zdalna*, [w:] M. Tanaś (red.), *Pedagogika a środki informatyczne i media*, Impuls, Warszawa-Kraków 2004, s. 55-60.
Tanaś M., *Dydaktyczny kontekst kształcenia na odległość*, [w:] M. Tanaś (red.), *Pedagogika a środki informatyczne i media*, Impuls, Warszawa-Kraków 2004, s. 31-44.
Tanenbaum A.S., *Computer networks*, Prentice Hall PTR, New Jersey 2003.
Wilk P., *Cybersieć kontra radioodbiornik*, „Rzeczpospolita”, 2004, nr 304.